

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengiklankan barang atau jasa dari sebuah perusahaan merupakan hal penting yang harus dilakukan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen yang telah ditargetkan profitnya, dengan berbagai macam cara yang dapat dilakukan untuk membuat kampanye iklan yang benar – benar hebat dan berhasil.

Pada zaman dahulu cara mengiklankan barang atau jasa biasa dilakukan melalui mulut ke mulut. Namun, seiring dengan berkembangnya zaman dan juga teknologi, cara mengiklankan barang atau jasa semakin berkembang pula, bahkan di era globalisasi seperti ini, perkembangan di dunia periklanan semakin pesat mengikuti perkembangan zaman dan juga teknologi.

Pada saat ini teknik – teknik periklanan terus bertambah sesuai dengan berkembangnya zaman dan juga teknologi. Penampilan visual, audio, maupun kombinasi antara audio dan visual mulai mewarnai dunia periklanan yang modern ini. Perkembangan periklanan yang modern ini menimbulkan suatu keterkaitan yang harmonis dan dapat menyampaikan pesan melalui media dengan beragam cara.

Dalam dunia periklanan, media fotografi juga mempunyai peranan yang besar dalam proses kampanye periklanan. Visual fotografi yang menarik akan menimbulkan kesan, sehingga komunikan tertarik atau timbul keinginan untuk

memiliki barang atau menggunakan jasad dari sebuah iklan yang ditampilkan tersebut. Banyak ditemukan iklan – iklan pada media cetak maupun elektronik yang mengandung unsur – unsur tampilan visual fotografi.

Penulis mencoba untuk mengangkat tema fotografi dalam dunia periklanan ke dalam sebuah karya tulis untuk menyampaikan bagaimana peranan fotografi didalam industri periklanan. Penulis adalah seorang mahasiswa semester akhir diploma III, di mana pada semester ini mahasiswa diwajibkan untuk membuat sebuah karya tulis berupa Tugas Akhir (TA), TA merupakan hasil karya fisik yang di peroleh penulis pada saat melaksanakan magang atau yang disebut juga dengan Kuliah Kerja Media (KKM) yang merupakan periode praktik lapangan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan seluruh teori dan ilmu yang didapat oleh mahasiswa selama berkuliah.

Saat kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM), penulis memilih tempat magang di Wangoen Creative House Production, sebuah perusahaan House Production lokal yang terbilang cukup baru di kota Surakarta, namun perusahaan ini sudah cukup berpengalaman dalam dunia periklanan dan banyak bekerja sama dengan perusahaan besar seperti Lokananta, sebuah perusahaan rekaman nasional tertua di Indonesia. Penulis memilih Wangoen House Production sebagai tempat magang karena perusahaan ini mempunyai perkembangan yang baik walaupun masih terbilang perusahaan baru di kota Surakarta, dengan harapan penulis mampu mempelajari banyak hal di perusahaan ini. Penulis ditempatkan di divisi produksi, khususnya produksi foto untuk iklan, karena sesuai dengan minat dan kemampuan penulis di

bidang fotografi. Pada bagian tersebut penulis dituntut untuk membuat foto dengan menampilkan ide – ide yang segar, inovatif dan juga kreatif agar karya – karya nya di terima dan di sukai oleh khalayak luas. Memproduksi foto adalah awal dalam pembuatan iklan dengan media cetak maupun elektronik, karena semenarik desain iklan, iklan itu akan terlihat biasa saja jika tanpa disertai dengan foto produknya.

Pada periode magang yang berlangsung selama dua bulan tersebut (2 Februari 2013 hingga 2 April 2013) penulis mendapatkan banyak hal dan pengalaman yang sangat luar biasa, di sini penulis mendapatkan hal yang tidak didapatkan saat di bangku kuliah. Walaupun belajar tentang fotografi iklan pernah didapatkan penulis di mata kuliah “Fotografi” namun pada saat kuliah hanya di ajarkan fotografi secara mendasar saja.

Fotografi iklan adalah sesuatu yang menarik untuk dikaji lebih dalam lagi, tentang bagaimana peranan dan kontribusinya terhadap perkembangan di dunia periklanan pada saat ini. Dan penulis tertarik untuk mengangkat bagaimana proses – proses mengenai alur kerja tim produksi di Wangoen Creative House Production dalam pembuatan iklan, khususnya alur kerja produksi foto iklan pada sub bagian fotografer

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis membuat laporan Kuliah Kerja Media (KKM) untuk tugas akhir yang berjudul “*Proses Produksi Foto Iklan Di Wangoen Creative House Production Surakarta*”

B. Tujuan Pelaksanaan KKM

1. Mengetahui proses produksi foto iklan di Wangoen Creative House Production
2. Mengetahui peranan seorang fotografer iklan dalam dunia *house production*